

Διάγραμμα 3

Σύμφωνα με την έρευνα, υπάρχει ισορροπία μεταξύ της δυναμικής των μεγάλων και μικρών εταιριών/ πελατών. Το 41% του τζίρου τους προέρχεται από συνεργασίες με μεγάλες εταιρίες, το 35% προέρχεται από μεσαίου μεγέθους πελάτες, το 18% από μικρές εταιρίες και 5% προέρχεται από ιδιώτες (Διάγραμμα 4). Σχετικά με τις κάθετες αγορές στις οποίες απευθύνονται τα προϊόντα/ λύσεις τους, οι συμμετέχοντες στην έρευνα συμφώνησαν ότι οι τέσσερις πιο σημαντικές αγορές είναι αυτές του Δημόσιου Τομέα, της Βιομηχανίας, του Λιανεμπορίου και των Τραπεζών/ Χρηματοοικονομικών Οργανισμών. Άλλες σημαντικές αγορές είναι οι Τηλεπικοινωνίες, τα Τρόφιμα &

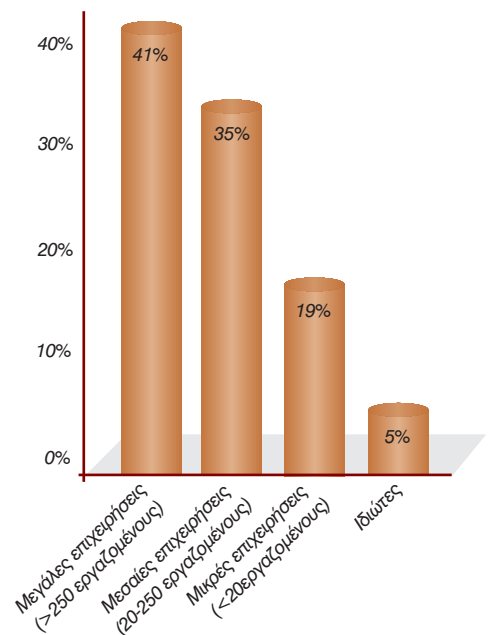
**Το 57% αναπτύσσουν εφαρμογές ειδικά για τις απαιτήσεις των πελατών τους, ενώ το 43% αναπτύσσουν εφαρμογές "πακέτο" με ελάχιστη παραμετροποίηση**

Ποτά, οι Φαρμακευτικές Εταιρίες, ο τομέας της Υγείας και οι Ασφαλιστικές. Αναφορικά με τις λύσεις, στις οποίες απευθύνονται τα προϊόντα/

λύσεις τους είναι το ERP, οι εφαρμογές Web, οι Βάσεις Δεδομένων και το CRM, ενώ υπάρχει σημαντικό περιθώριο εξέλιξης του τομέα της Ασφάλειας. Ακολούθησαν άλλες κατηγορίες όπως το Business intelligence, το Systems Management, η Ασφάλεια, οι Εμπορικές Εφαρμογές, το Messaging και άλλες μικρότερες κατηγορίες. Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα απάντησε ότι το ανθρώπινο δυναμικό τους στο τμήμα πωλήσεων αποτελεί το πιο σημαντικό όπλο τους στην προσέγγιση της αγοράς.

Σε μικρότερη κλίμακα αναφέρθηκαν οι πωλήσεις μέσω δικτύου αντιπροσώπων, οι πωλήσεις μέσω τηλεφώνου, μέσω email, το μοντέλο ASP (Application Service Provider) καθώς και το Internet και το OEM (Original Equipment Manufacturer).

Κατανομή τζίρου / Μέγεθος πελάτη



Διάγραμμα 4

